

<b>TÍTULO</b>	<b>AS EMPRESAS VITIVINÍCOLAS E O DESENVOLVIMENTO DO ENOTURISMO: O CASO DA REGIÃO DO ALENTEJO, PORTUGAL</b>
<b>AUTOR(ES)</b>	Joice Lavandoski
<b>RESUMO</b>	<p>Esta Tese aborda a questão da mudança estratégica das empresas produtoras de vinho que se tornam também empresas ligadas à atividade turística, através do desenvolvimento do enoturismo. O objetivo geral desta pesquisa é desenvolver e testar um modelo de análise que permita identificar causas e efeitos do desenvolvimento do enoturismo nas empresas produtoras de vinho. Utilizando técnicas estatísticas apoiadas na Modelação de Equações Estruturais (SEM). Este modelo aproxima duas perspectivas teóricas diferentes, porém complementares. A abordagem de Capacidades Dinâmicas conduz a um ponto de vista intraorganizacional (fatores endógenos) e a Teoria Institucional proporciona uma análise interorganizacional (fatores exógenos) do contexto institucional. A revisão bibliográfica da investigação permitiu adaptar escalas de medida validadas, sobretudo de estudos turísticos, que foram utilizadas num questionário aplicado em 40 empresas produtoras de vinho com a componente de enoturismo no Alentejo, Portugal. O modelo permitiu revelar que as capacidades dinâmicas e as pressões institucionais influenciam o desenvolvimento do enoturismo que, por sua vez, tem efeito na legitimidade social e no desempenho organizacional. A capacidade de aprender e a força normativa são as variáveis com maior poder explicativo do desenvolvimento do enoturismo e, também, tem maior incidência no desempenho das empresas analisadas. Os resultados obtidos permitem concluir que, através do desenvolvimento do enoturismo as empresas produtoras de vinho criam, ampliam e modificam os seus processos, construindo e utilizando capacidades dinâmicas, enquanto os fatores institucionais moldam o seu comportamento e conferem legitimidade social para as ações e práticas de enoturismo, além de melhorar o seu desempenho organizacional. As conclusões apuradas servem de ferramentas norteadoras para implantação, avaliação e direcionamento estratégico do enoturismo para o sector empresarial, principalmente aos gestores e diretores de empresas produtoras de vinho que tenham a componente de enoturismo no negócio ou que pretendem desenvolvê-la. O estudo também destaca o papel dos gestores e dos recursos humanos no processo de mudança organizacional, em termos estratégicos e decisórios. E fornece reflexões sobre a relação entre uma rota de vinho e as empresas, as quais tem consequências significativas no enoturismo. A criação deste modelo fornece ao sector empresarial vitivinícola uma ferramenta que lhes permite diagnosticar e/ou desenvolver o enoturismo, alterar processos e delinear estratégias de atuação no segmento do enoturismo, em conformidade com o quadro institucional envolvente e aproveitando as oportunidades de mercado.</p>
<b>PALAVRAS-CHAVE</b>	Enoturismo, Empresas vitivinícolas, Capacidades Dinâmicas, Teoria Institucional, Alentejo, Modelação Equações Estruturais.
<b>PROGRAMA/CURSO</b>	Doutorado em Turismo
<b>ÁREA</b>	Ciências Sociais Aplicadas
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade do Algarve (UALG) Portugal

<b>URL</b>	<a href="https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/7542">https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/7542</a>
<b>CONCLUSÃO</b>	2015
<b>PRODUÇÃO ACADÊMICA</b>	<a href="https://scholar.google.com.br/citations?user=nKrcHMQAAAAJ&amp;hl=pt-BR&amp;oi=ao">https://scholar.google.com.br/citations?user=nKrcHMQAAAAJ&amp;hl=pt-BR&amp;oi=ao</a>